

STRATEGIE
ZWANZIG
DREIUND
ZWANZIG



#Strategie|2023
#KMU



25 Fragen zur
#Strategie|2023



Rechte / Sicherheit: Nur für den internen Gebrauch.

© Ralf Hasford | www.hasford.de



#Strategie|2023

#KMU



Fokussieren Sie die Chancen und Risiken 2023!

Prüfen Sie Ihr Unternehmen.

Zur Einstimmung auf die Herausforderungen des Jahres 2023 habe ich für Kleine Unternehmen und Mittelstand (KMU) 25 Fragen zusammengestellt, die Sie in die Lage versetzen, ein sehr gutes Bild von den Chancen, Risiken und Aufgabengebieten zu erhalten.

- **Mein Angebot: Ich gebe Ihnen 60 Minuten meiner Zeit**
- **Sie finden konkrete Antworten und eine Selbsteinschätzung**
- **Es ist Ihr nächster Schritt zur Entwicklung notwendiger Aufgaben**

Bei der Beantwortung fokussieren Sie sich auf den aktuellen Stand Ihres Unternehmens und berücksichtigen dabei die diesjährige Entwicklungsziele ... **Anbei die Fragen zur Vorbereitung.**



#Strategie #KMU2023 #hasford



#Strategie|2023

#KMU



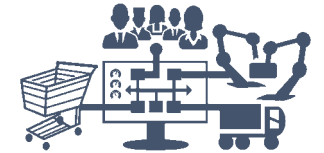
Fünfundzwanzig Business-Fragen aus vier Themengruppen

Die Themen sind **Organisation, Produkt, Vertrieb, Finanzen**.
Jedes Thema gliedert sich in drei signifikante Blöcke.

Wie wäre es, Sie nutzen die Ergebnisse zur Planung Ihrer Jahres- / Klausurtagung bzw. Ihres Strategieworkshops?

Mit herzlichem Gruß, Ihr Ralf Hasford
| Strategie-Moderation & Change-Begleitung

Und nun erwartet Sie der Fragebogen, den Sie allein
oder im Dialog mit mir bearbeiten können. Viel Erfolg.



**ZWANZIG
DREIUND
ZWANZIG**

**STRATEGIE
KLAUSUR/
WORKSHOP**



#Strategie #KMU2023 #hasford



Organisation

Aktivitäten

- 1) Wie lautet Ihr Geschäftsmodell?
- 2) Worin besteht die Wertschöpfung?
- 3) Was macht Ihr Unternehmen dieses Jahr anders?

Ressourcen

- 4) Wie behalten Sie alle notwendigen Ressourcen im Blick, damit Sie zumindest kostendeckend wirtschaften?
- 5) Welche Mitarbeiter:innen (bzw. Kompetenzen) müssen Sie neu finden bzw. längerfristig binden?

Partnerschaft

- 6) Sie pflegen Partnerschaften zu Stakeholdern – Worin liegt der Gewinn?
- 7) Wie bewerten Sie die Abhängigkeit von Externen? (wie: Zulieferer, Dienstleister, Vertrieb, Handel, Service, Tochterunternehmen ...)

Selbsteinschätzung Organisation

	Sofortige Bearbeitung notwendig	Verbesserungen sind möglich	Optimaler Stand erreicht	ANALOG	DIGITAL
Aktivitäten					
Geschäftsmodell					
Wertschöpfung					
Veränderung					
Ressourcen					
Ressourcen im Überblick					
Kompetenzen binden					
Partnerschaft					
Partnerschaften					
Abhängigkeit					





Produkt

Preisniveau & Positionierung

- 8) Welchen Preis sollten Ihre Produkte / Leistungen haben?
- 9) Wie neu und anders sind Ihre Produkte / Leistungen (Innovation in Bezug auf den Wettbewerb)?
- 10) Wofür bezahlen Ihre Kunden? (Preismodell: Beratung, Nutzung, Erwerb, Zusätze ...)

Kundennutzen

- 11) Warum kaufen Kunden Ihre Lösung (Kaufentscheidung)?
- 12) Was macht der Wettbewerb anders?

Kundenerfahrung

- 13) Wie fließen Erfahrungen aus dem Verkaufsprozess in die Verbesserung der „Kaufentscheidungen“ ein?
- 14) Wie entwickeln Sie anhand von Kunden-Erfahrungen Ihre Produkte / Leistungen weiter?

Selbsteinschätzung Produkt

	Sofortige Bearbeitung notwendig	Verbesserungen sind möglich	Optimaler Stand erreicht	ANALOG	DIGITAL
Preis/Position					
Preis					
Innovation					
Preismodell					
Kundennutzen					
Kaufentscheidung					
Wettbewerb					
K.-Erfahrung					
Verkaufsprozess					
Produktentwicklung					





Vertrieb

Kundenbindung

- 15) Womit erbringen Sie Ihren Kunden einen Nutzen?
- 16) Wie bauen Sie Kundenbeziehungen auf, pflegen sie und gestalten sie weiter?

Kanäle

- 17) Wo wollen Ihre Kunden Sie und Ihre Angebote finden (Präsentation / Kontaktaufnahme)?
- 18) Was wollen Ihre Kunden von Ihnen erfahren (Botschaft / Inhalte Ihrer Kommunikation)?

Zielgruppe

- 19) Wer sind Ihre Kunden (Kundensegmente)?
- 20) Wen wollen Sie als Kunden haben und was tun Sie in diesem Jahr verstärkt oder anderes dafür?

Selbsteinschätzung Vertrieb

	Sofortige Bearbeitung notwendig	Verbesserungen sind möglich	Optimaler Stand erreicht	ANALOG	DIGITAL
K.-Bindung					
Nutzen-versprechen					
Kunden-beziehung					
Kanäle					
Präsentation					
Botschaft					
Zielgruppe					
Kundensegmente					
Wunschkunden					





Finanzen

Preisbildung

- 21) Wie bestimmen Sie Ihre Preise?
- 22) Welche Preis- / Marktsegmente decken Sie ab?

Umsatz / Erlöse

- 23) Wie verdienen Sie Geld?
- 24) Wenn Sie bei Ihren Hauptprodukten / Leistungen auf den ROI blicken – Womit erzielen Sie Gewinn?

Kostenstruktur

- 25) Wie verhalten sich die Kosten Ihrer Produkte / Leistungen prozentual zu den Ihres Unternehmens?

Bonuskategorie:

Führung

Wie behalten Sie den Überblick?

Selbsteinschätzung Finanzen

	Sofortige Bearbeitung notwendig	Verbesserungen sind möglich	Optimaler Stand erreicht	ANALOG	DIGITAL
Preisbildung					
Preis bestimmen					
Segmente					
Einnahmen					
Chancen nutzen					
Gewinnerzielung					
Kosten					
Realation					
Führung					
Überblick					





#Strategie|2023

#KMU



Einsatz und Nutzen der Ergebnisse

Wie arbeiten Sie mit den Antworten weiter? Eine gute Idee ist es, Ziel- und Aufgabenformulierung gemeinsam im Partner- bzw. erweiterten Führungsteam vorzunehmen.

Dazu bietet sich eine Klausur bzw. ein Strategie-Workshop an. Wie Klausur und Workshop optimal vorbereitet werden können, welche Agenda sich anbieten und welche Hürden es bei der Durchführung gibt, erläutere ich Ihnen bei Bedarf ausführlich. Als externer Moderator stehe ich zur Steuerung, Durchführung sowie Ergebnissicherung bereit.

Eine externe Moderation eröffne Ihnen den Weg, dass alle gemeinsam auf Augenhöhe diskutieren, Maßnahmen entwickeln und Beschlüsse treffen. Damit erreichen Sie eine hohe Akzeptanz. Auch minimieren Sie den weiteren Kommunikationsaufwand danach, denn alle beteiligten Personen kennen die Beschlüsse und stehen dafür ein.

Kontakt: Ralf Hasford | moderation@hasford.de | +49 1511 150 9766



#Strategie #KMU2023 #hasford